

要闻

推动外贸稳规模优结构
力促企业抓机遇拓市场

据新华社电 如何看待今年外贸发展形势?怎样进一步推动外贸稳规模、优结构,助力企业抓机遇、拓市场?23日举行的国务院政策例行吹风会上,来自商务部、中国人民银行、海关总署有关负责人回应有关热点关切。

再出外贸稳规模优结构政策组合拳

多重压力下,一季度我国货物贸易进出口总值同比增长4.8%。商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文说,我国外贸形势依然复杂严峻,面临不少困难和挑战。从外部环境看,外需的不确定性仍然是最大制约因素。

他说,近日国际货币基金组织认为发达国家经济体增速放缓将非常明显。最近周边国家外贸下降幅度比较大。我国从去年10月到今年2月,外贸出口以美元计都是负增长。我国外贸企业也面临一些制约因素和困难,比如去国外参展不方便、贸易风险还在上升、经营压力增加等。

近期召开的国务院常务会议研究推动外贸稳规模优结构的政策措施。王受文介绍,稳规模方面,在国内广泛恢复线下展,提高APEC商务旅行卡办理效率,推进国际客运航班稳妥有序恢复等;帮助汽车企业建立和完善国际营销服务体系,保障大型成套设备项目合理资金需求,加快修订鼓励进口技术和

产品目录;积极满足中小微企业对外融资需求等。

优结构方面,引导加工贸易向中西部、东北地区进行梯度转移,将修订边民互市贸易管理办法,支持粤港澳大湾区全球贸易数字化领航区发展等;深入推进“单一窗口”建设,进一步便利出口退税办理,提升口岸通关效率,高质量实施已经生效的自由贸易协定,还将颁发重点行业应用指南。

力促企业稳订单拓市场

帮助企业稳订单拓市场是推动外贸稳规模优结构重要一步。王受文从办好系列展会、便利商务人员往来、持续深化贸易创新、支持企业开拓多元化市场等四方面介绍有关情况。

谈及便利商务人员往来,王受文说,目前我国对国际航班已恢复到疫情前将近三成。外交部和其他相关部门正在推动有关国家对我国企业申办签证给予便利,我国也对外国企业到中国办理签证给予便利。与此同时,国内相关部门正在进一步研究优化远端检测措施,为商务人员来中国访问提供便利。

电子商务是持续深化贸易创新的重要抓手。王受文说,商务部准备扎实推进跨境电商综合试验区建设,开展品牌培训、规则和标准建设、海外仓高质量发展等工作。

在支持企业开拓多元化市场方面,王受文说,商务部将发布国别贸易指南,对重点市场制定贸易促进指南。还将利用好“一带一路”项下的贸易畅通工作组机制,帮助中国企业解决困难、开拓机遇。

助力外贸企业降本增效

谈及应对汇率波动对外贸企业影响,中国人民银行国际司司长金中夏说,下一步,将不断完善以市场供求为基础,参考一篮子货币进行调节、有管理的浮动汇率制度,继续深化汇率市场化改革,增强人民币汇率弹性,引导企业和金融机构树立风险中性理念,综合施策、稳定预期,保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。

今年政府工作报告提出加大出口退税、信保、信贷等政策支持力度。商务部对外贸易司司长李兴乾说,一季度,中信保公司短期险累计服务支持中小微企业数量增长26.2%;承保金额增长21.8%。将继续推动出口信保机构持续优化对中小微外贸企业承保方案,扩大对中小微外贸企业承保覆盖面。

海关总署综合业务司司长吴海平说,将针对企业痛点、难点和堵点,围绕进一步提升贸易便利化水平、畅通进出口物流、优化口岸营商环境、降低企业

成本、支持新业态发展等方面,研究推出新的海关支持举措。

更好发挥进口积极作用

“我国进口占世界进口的近11%。”王受文说,据世界贸易组织(WTO)不完全统计,中国已经是50多个国家和地区的最主要出口市场。中国已连续14年是世界第二大进口市场。下一步,将继续采取一系列措施扩大进口。

“今年,我国对1020项商品实行进口暂定税率,所谓进口暂定税率就是比我们向WTO承诺的税率要低。”王受文说,我国进口关税低于许多发展中国家,表明我国愿意扩大进口市场准入。

他还介绍,我国已经与26个国家和地区签署了19个自由贸易协定,签订自由贸易协定意味着大部分进口产品关税要降为零;发挥跨境电商零售进口积极作用,保障大宗产品进口稳定,增加国内所需能源资源产品、农产品、消费品等进口。

近日,财政部等部门出台进口展品免税政策,明确对2023年举办的广交会商务在商务部确定的展期内销售的免税额度内的进口展品免征进口关税、进口环节增值税和消费税。

“现在我国已经有13个展会享受这项政策。”王受文说,继续发挥进博会、消博会、广交会进口展等平台作用,推动进一步扩大进口。



参展企业近1.2万家 广交会二期开展

以日用消费品、礼品、家居装饰品为主,将持续至4月27日

4月23日,第133届广交会第二期开展,举办时间将持续至4月27日。本期展览题材以日用消费品、礼品、家居装饰品为主,设18个展区,展览面积达50.5万平方米。

■新快报记者 陆妍思 王彤 毕志毅

线下展位超2.4万个

本届广交会二期线下展位数量超2.4万个,参展企业近1.2万家。参展企业中,品牌企业及获得高新技术、专精特新“小巨人”、单项冠军、国家企业技术中心、AEO(经认证的经营者)、中华老字号等称号的企业超过1600家。

新快报记者走访发现,参展企业均抓紧线下展重开的机会展示新产品、新技术。仿真圣诞树、圣诞袜礼品袋、圣诞木屋……本届礼品展区吸引大量海外采购商采购圣诞礼品。“这里的礼品琳琅满目,很高兴终于可以与制造商进行面对面交流。”来自美国的采购商与记者交流时如是表示。

作为一家“老广交”,广州轻出集团

股份有限公司本期重点打造家居用品展位,推出商超展示整体解决方案服务,让采购商实现一站式装备采购。“中外新老朋友既可以延续三年来‘屏对屏’的联络,又可以重启‘面对面’的洽谈,共享商机。”该公司副总经理翟辉接受新快报记者时表示,这届广交会首要目标正是与新老客户愉快洽谈,促进更多成交,其次作为外贸公司,也希望借此次展会及时了解国内产业发展情况,与行业优秀供应商多交流,进而寻求在供应链和进口采购等方面的合作空间。

首次设立进口展

广交会二期的新展馆、新题材、新企业、新产品让到会采购商收获连连惊喜。新设的孕婴童展区中,近400家企业将展出近千种童车、婴儿装及配饰、婴童家具、幼教用品、母婴电器等国内外市场热销产品。

本届在二期首次设立进口展,共有

来自26个国家和地区约130家企业在礼品、餐厨用具、家居用品等13个展区参展,土耳其、印度、马来西亚、中国香港4个国家和地区组团参展。广州南沙、广州黄埔、温州瓯海、广西北海、内蒙古七苏木等5个国家级进口贸易促进创新示范区也将首次亮相广交会。



相关新闻

消费福利再加码

值得一提的是,4月23日广交会第二期开展当天,广州市商务局宣布继续深化展会与消费联动,发动各大商圈、企业和平台,为大家争取到加码消费福利,内容涵盖吃喝玩住行,消费场所辐射各大商圈,为广大参展商及市民提供广式专属关怀和一站式贴心服务。

记者了解到,在一期消费福利基础上,二期将新增以下权益:购物方面,除折扣、满减、免费快递到家等消费福利外,新增抽奖、免费包装、部分门店免费寄存行李服务等;出行方面,新增6折搭公交车、5折搭地铁;餐饮方面,新增更多餐饮优惠券;旅游方面,新增超低价格抢景区门票。